

BIG DATA E A.I.

A che punto siamo?





INDAGINE CONOSCITIVA CONGIUNTA SUI BIG DATA



L'INDAGINE

- La disponibilità dei dati è sempre più rilevante per l'ottimizzazione di processi e decisioni, per l'innovazione e per l'efficiente funzionamento dei mercati.
- Lo sviluppo *data driven economy* ha implicazioni non solo sul funzionamento dei mercati e sul benessere dei consumatori, ma anche sotto il profilo sociale e democratico,
- i dati si configurano come “beni economici” idonei a generare un profitto per le imprese
- Le nuove forme in cui si manifesta il potere di mercato meritano, dunque, un'attenta valutazione per le implicazioni economiche e sociali che possono avere.
- La decisione di **privilegiare un approfondimento interdisciplinare** e di svolgere un'Indagine Conoscitiva congiunta origina dalla piena consapevolezza che le caratteristiche dell'economia digitale sono tali per cui gli obiettivi propri delle tre Autorità AGCOM, AGCM e GPDP tendono quasi inevitabilmente ad intrecciarsi e non sempre sono agevolmente distinguibili.





- Lo stretto coordinamento nei rapporti tra concorrenza, privacy e pluralismo ha reso necessario un **confronto costante tra le diverse Autorità di garanzia** anche al fine di riconoscere e riconciliare possibili *trade-off* tra strumenti e obiettivi di tutela.
- Il contributo offerto da ciascuna Autorità, nel rispetto delle proprie competenze, risulta estremamente prezioso per
 - una migliore comprensione dei fenomeni in atto
 - per la scelta della strumentazione più appropriata per fronteggiare alcune specifiche criticità al confine tra le diverse competenze
 - per integrare gli interventi dell'autorità competente e meglio "posizionata".
- L'indagine è stata avviata con delibera n. 217/17/CONS da parte dell'Autorità garante per le comunicazioni.

- Nell'ambito dell'Indagine conoscitiva, l'Autorità ha redatto preliminarmente un **Interim Report sui Big Data**, evidenziando le principali problematiche e opportunità derivanti dall'utilizzo dei big data, con particolare riferimento ai mercati, quelli delle comunicazioni e dell'informazione, di stretta competenza istituzionale dell'Agcom.
- Nel corso dell'Indagine sono state svolte circa **40 audizioni**, da parte delle diverse Autorità, nel cui ambito sono stati interpellati i principali operatori dell'economia dei dati, delle telecomunicazioni, dei settori finanziari e dell'editoria, nonché esperti e accademici; sono state inviate richieste di informazioni ai grandi operatori digitali e sono pervenuti numerosi contributi.
- Inoltre, le diverse Autorità hanno potuto beneficiare delle informazioni acquisite nel corso di procedimenti collegati allo **sfruttamento economico dei dati** e al ruolo della Profilazione algoritmica nei mercati della pubblicità on line e nell'attività delle piattaforme di video *sharing*, motori di ricerca e *marketplace*.



I RISULTATI

Il documento è articolato in **5 capitoli** più uno conclusivo:



Nel capitolo conclusivo sono descritte le **Linee guida e raccomandazioni di policy indirizzate al legislatore.**

1) I BIG DATA

- ▮ I dati sono i nuovi beni sui quali si fonda la crescita economica nella ***data driven economy***.
- ▮ Con il termine Big Data si intende una collezione di dati acquisita, gestita ed elaborata da strumenti informatici.
- ▮ Le caratteristiche ricorrenti sono sintetizzate nelle “V”

- Finalità ultima dell'utilizzo di Big Data è quella di accrescere l'efficienza dei processi produttivi.
- A tal fine è cruciale il processo di “**estrazione di conoscenza**” dai Big Data, che si articola in

- Il primo passo nel trattamento dei dati da parte degli operatori è quello di capire se si tratta di **dati dalla natura personale o non personale**.
- A seconda di tale natura, infatti, diverse sono le precauzioni e le regole che essi sono chiamati a seguire nell'**acquisizione** dei dati.
- Spesso, tuttavia, non è immediata la riconduzione del dato all'una o all'altra categoria.
- Lo strumento di **generazione** dei dati è sovente anche lo strumento che rileva in fase di **acquisizione** dei dati stessi (es. Smartphones, wearable devices, pc, etc).
- I dati così generati ed acquisiti vengono, dunque, **memorizzati** in *data center*, per poi procedere alla loro **elaborazione**.
- In tale fase entrano in gioco gli **algoritmi**, che **analizzano** ed **interpretano** i dati impiegati in svariate finalità presso le aziende:
 - efficientamento dei processi direzionali, gestionali e operativi
 - offerta di prodotti e servizi innovativi, di nuovi servizi pubblici
 - conoscenza altamente dettagliata dei singoli consumatori
 - elevata personalizzazione dei prodotti e dei servizi offerti
 - impiego nei settori finanziario e assicurativo

2) PRINCIPALI CONSIDERAZIONI

- Il valore dei Big data risiede non tanto nella disponibilità in quanto tale di una mole di dati in sé, quanto nella sua **qualità**, che deriva dalle operazioni di elaborazione e organizzazione.
- Le principali **implicazioni** economiche, sociali, politiche e normative correlate al fenomeno dei big data afferiscono ai seguenti ambiti:
 - **Profilazione**, anonimizzazione del dato e utilizzo di algoritmi
 - Gestione dei dati e acquisizione del **consenso**
 - **Portabilità** dei dati, interoperabilità e accesso
 - Utilizzo dei dati di **traffico**
 - **Pluralismo** dell'informazione e **piattaforme** digitali nel potere di mercato
- Ai fallimenti classici del mercato, si aggiungono esternalità comportamentali che riguardano le dinamiche della domanda.

3) CONSIDERAZIONI AGCOM

▫ Nell'ambito del perimetro di competenze dell'AGCOM si è registrato un **forte impatto** derivante dall'utilizzo dei Big data sul settore dei servizi media *audiovisive* e delle comunicazioni elettroniche in generale, nonché in ambito verticale in tema di *credit reporting* e *data brokering*.

▫ La crescita delle piattaforme implica, infatti, un crescente pluralismo non sempre oggetto di controllo da parte dell'autorità.



▫ Le competenze dell'AGCOM sono, infatti, fortemente ancorate agli specifici mezzi trasmissivi espressamente richiamati dalla normativa di riferimento, che risultano oggi obsoleti e superati.

- Altri ostacoli alla corretta vigilanza sono rappresentati dalla disinformazione, dall'uso distorto della raccolta dei dati a fini pubblicitari e dal fenomeno del *Hate speech*.
- In tale contesto l'AGCOM ha dato vita a
 - Tavoli Tecnici,
 - Osservatori
 - numerose Iniziative



Il fine è quello di mappare e contenere i fenomeni della disinformazione *online*, delle *fake news*, della *privacy*, del utilizzo dei social media e dei social network

4) CONSIDERAZIONI GARANTE PROTEZIONE DATI PERSONALI

- ▮ La disciplina della protezione dei dati personali è un essenziale banco di prova per chi intenda esplorare le potenzialità offerte dai Big data.
- ▮ La materia della protezione dei dati personali si pone, infatti, per la trasversalità che la caratterizza, come **punto di incrocio necessario rispetto a tutti gli ambiti regolatori interessati dal fenomeno Big Data.**
- ▮ Dal punto di vista operativo, è partner “naturale” sia nella prospettiva di ulteriori approfondimenti, sia nell’assolvimento dei compiti di enforcement.



- Il Garante ravvisa la necessità **di calare le ipotesi astrattamente riconducibili nella categoria Big Data in singole concrete applicazioni**, suscettibili di diverso apprezzamento sul piano degli effetti giuridici.

Come?



5) CONSIDERAZIONI AGCM

- La crescente diffusione di modelli di business fondati sui big data, nell'ambito della *datafication* dell'economia, rende necessaria un'opera di precomprensione dei nuovi processi competitivi di mercato.
- L'AGCM individua, infatti, 3 tipologie di mercato in cui l'utilizzo dei Big Data assume un diverso grado di rilievo:
 - minimo nella fornitura di beni e servizi
 - tale da incidere sulle condizioni di offerta
 - essenziale alle caratteristiche fondamentali del prodotto/servizio offerti.

I **fallimenti** che tali nuovi mercati sopportano sono i seguenti:

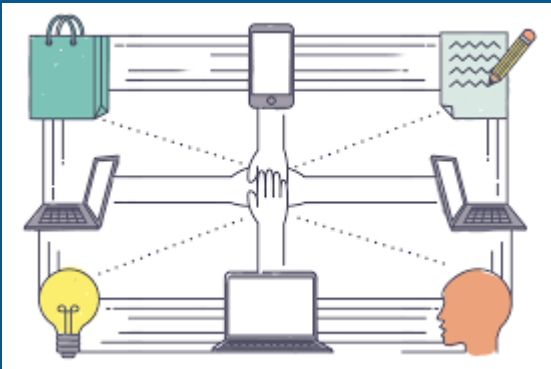
- ❖ esternalità di rete dirette e incrociate
- ❖ economie di scala lato offerta
- ❖ elevati livelli di concentrazione
- ❖ asimmetrie informative
- ❖ barriere all'entrata e allo sviluppo
- ❖ integrazione verticale, orizzontale e diagonale
- ❖ non rivalità nel consumo di dati



- Si tratta di aspetti che, pur non essendo nuovi nell'ambito dell'analisi *antitrust*, acquisiscono un **particolare rilievo nei mercati digitali**, per il condizionamento significativo che il loro effetto cumulato è in grado di esercitare sulle dinamiche concorrenziali.
- La presenza di **Multisided Markets** e la combinazione tra utilizzo di Big Data ed effetti di rete può, infatti, consentire ai primi operatori che entrano sul mercato (c.d. first movers) di beneficiare di un significativo vantaggio competitivo rispetto ai potenziali nuovi entranti, creando **barriere all'entrata** e generando **fenomeni di lock-in**.

A tal fine sono valutati:

- ❖ La rilevanza dei Big Data per la fornitura del bene/servizio alla luce di tutte le caratteristiche del mercato in questione;
- ❖ La natura, la qualità e la quantità di dati necessari per poter competere efficacemente;
- ❖ La varietà di fonti (sia online che offline) utilizzabili per generare la conoscenza rilevante per offrire i servizi in questione in maniera competitiva.



ARTIFICIAL INTELLIGENCE WHITE PAPER



A FAIR AND COMPETITIVE DIGITAL ECONOMY

- Il 19 febbraio 2020 la Commissione ha pubblicato il Libro Bianco sull'Intelligenza artificiale, quale risultato del lungo lavoro di studio ed analisi sul fenomeno in esame e sui suoi impatti sulla collettività.
- Lo scopo del libro bianco è quello di definire le politiche da adottare a livello comunitario e, pertanto, la Commissione invita gli stati membri, le istituzioni europee, l'industria, le parti sociali, i ricercatori e tutte le parti interessate a contribuire allo sviluppo regolamentare di questo settore.
- Gli obiettivi e gli scopi della ricerca condotta dalla Commissione sono improntati alla configurazione di **una strategia digitale che vada a beneficio delle persone, dell'economia e del pianeta, sempre nel rispetto dei valori eurounitari.**
- Una **intelligenza artificiale che sia affidabile e sicura**, basata sulle eccellenze di cui dispone l'Unione europea, sviluppata con collaborazioni tra Stati membri, comunità scientifica e partnership pubblico-private, con l'obiettivo di mobilitare risorse e di coinvolgere anche le imprese medie e piccole.

- Se da una parte la Commissione riconosce l'impatto positivo delle nuove tecnologie sulla vita dei cittadini, dall'altro rileva la presenza di una serie di rischi potenziali.
- Per questo è necessario **un approccio regolamentare comune tra tutti i paesi dell'UE** con il duplice scopo di promuovere l'adozione e lo sviluppo dell'IA e di affrontare i rischi associati all'utilizzo distorto di questa nuova tecnologia.
- Su temi sensibili come salute, politiche e trasporti, i sistemi di intelligenza artificiale dovranno essere tracciabili, trasparenti a garantire che vi sia una supervisione da parte dell'uomo.

➤ L'Ue invoca “**regole chiare**” sui sistemi di IA:

1. Unire le forze tra gli Stati membri e l'UE - Piano coordinato sull'IA
2. Rafforzare la ricerca e l'innovazione - Siti di sperimentazione, reti di eccellenza
3. Migliorare le competenze - Sviluppare talenti
4. Aiutare le PMI - Centri di innovazione digitale, finanziamenti
5. Collaborare con il settore privato - Nuovo PPP su IA, dati e robotica
6. Promuovere l'IA nel settore pubblico - Dialoghi settoriali



ROFI EG 30 RECOMMENDATIONS



- Il *report* rappresenta il prodotto della ricerca sviluppata dal gruppo di esperti sulle modalità e le strade da seguire per creare un quadro europeo che soddisfi le esigenze di innovazione per la fornitura di servizi finanziari basati sulla tecnologia FinTech.

- Le Raccomandazioni vengono raggruppate in 4 aree tematiche:
 - Uso innovativo della tecnologia nella finanza
 - Creazione di un quadro unico e armonizzato
 - Accesso ai dati
 - Inclusione finanziaria ed uso etico dei dati

I principali ambiti di ricerca e di intervento perseguiti dal ROFI EG coinvolgono le seguenti aree:

CAUTELE E ALERT



□ L'utilizzo dei Big Data interessa ambiti di competenza e di criticità di diversa natura tale per cui le sfide poste dallo sviluppo dell'economia digitale richiedono l'impiego sinergico degli strumenti a tutela della privacy, del consumatore e della concorrenza.

Non sono disponibili dati sufficienti per il riutilizzo

- Possono essere resi disponibili altri dati del settore pubblico
- Bassa diffusione della condivisione volontaria dei dati tra le aziende
- Nessuna chiarezza sull'uso dei dati del settore privato per il bene comune

Nessuna reale responsabilizzazione dell'utente

- meccanismi di portabilità dei dati imperfetti



Mancanza di soluzioni europee per l'elaborazione e la stoccaggio dei dati

Assenza di un approccio globale alla governance dei dati

- Affrontare le barriere legali e tecniche presenti all'interno e tra i settori (ad esempio, standardizzazione e interoperabilità)

Carenza di competenze e scarse conoscenze informatiche

Frammentazione del mercato unico



□ Il legame tra Big Data, privacy e *enforcement* della disciplina a tutela della concorrenza può interessare tutti gli strumenti di intervento delle autorità.

Lo sviluppo dei Big Data può avere ripercussioni su libertà e diritti fondamentali delle persone se non accompagnato da garanzie e da principi etici che li rendano compatibili con i valori delle società democratiche.



- La disponibilità di *Big Data* attribuisce alle grandi **piattaforme** la **capacità di esercitare una notevole disciplina concorrenziale su più mercati contemporaneamente**, acquisendo un potere di mercato ancor prima di avervi fatto ingresso.
- La **forza disruptive dei processi di digitalizzazione** conforma l'organizzazione dell'intera filiera di settori digitali e tradizionali e ridefinisce i rapporti negoziali che si instaurano tra gli operatori attivi in diverse fasi della filiera e/o in settori contigui.
- Sia l'applicazione della normativa sulla protezione dei dati personali sia la strumentazione propria della tutela del consumatore possono offrire un contributo importante per la riduzione dell'asimmetria informativa esistente, garantendo che gli utenti
 - ricevano un'**adeguata informazione** circa le finalità della raccolta e dell'utilizzo dei loro dati
 - siano posti nella condizione di esercitare consapevolmente ed effettivamente le proprie **scelte di consumo**.

□ A tal fine a livello comunitario, si stanno moltiplicando gli sforzi per **rafforzare i presidi sulle piattaforme** al fine di:

- Adottare politiche volte a creare un maggior equilibrio tra i diversi attori in campo sono state valutate soluzioni di tipo strutturale o comportamentale volte – attraverso strumenti quali l’identificazione di una posizione di dominanza, la previsione di limiti ex ante all’integrazione verticale e orizzontale delle piattaforme - a limitare il potere contrattuale delle piattaforme
- Giungere ad una conoscenza più approfondita del fenomeno
- Ricorrere a figure professionali quali *data scientist* anche presso le Authority

□ Un’attenta **ponderazione dei principi di protezione dei dati** personali e l’impiego delle **misure volte a prevenire la violazione dei diritti fondamentali** degli interessati rappresentano una cautela imprescindibile per lo sviluppo di tali tecnologie nel rispetto della dimensione individuale e collettiva dei diritti fondamentali (non limitati a quello alla protezione dei dati personali) in gioco.

GLI OBIETTIVI



1. Promuovere un **quadro normativo** improntato alla piena ed effettiva trasparenza nell'uso delle informazioni personali.
2. Rafforzare la **cooperazione internazionale** per la costituzione di un mercato unico digitale.
3. Promuovere una **policy unica** per l'estrazione, l'accessibilità e l'utilizzo dei dati.
4. Ridurre le **asimmetrie informative** tra utenti e operatori digitali.
5. Prima delle operazioni di **trattamento dei dati**, identificare la loro natura e proprietà e valutare la possibilità d'identificazione della persona a partire da dati 'anonimizzati'.
6. Introdurre nuovi strumenti per la promozione del **pluralismo on-line**, la trasparenza nella selezione dei contenuti, la consapevolezza degli utenti.
7. Perseguire l'obiettivo di tutela del benessere del **consumatore**.
8. Riformare il controllo delle operazioni di **concentrazioni**.
9. Agevolare la **portabilità** e la mobilità di dati tra diverse piattaforme, tramite l'adozione di standard aperti e interoperabili
10. Rafforzare i **poteri** di acquisizione delle informazioni da parte di AGCM ed AGCom al di fuori dei procedimenti istruttori.
11. Istituire un **"coordinamento permanente"** tra le tre Autorità.

Le sfide poste dallo sviluppo dell'economia digitale e dai Big Data richiedono uno sfruttamento pieno delle **sinergie** esistenti tra strumentazione *ex ante* ed *ex post*, a tutela della privacy, della concorrenza, del consumatore e del pluralismo.

Le Autorità nazionali competenti e l'Unione Europea, ciascuno nell'ambito delle proprie competenze, possono meglio raggiungere i propri obiettivi istituzionali, nella misura in cui sapranno cogliere a pieno le opportunità offerte da una proficua **cooperazione**.

GRAZIE PER L'ATTENZIONE



Prof. Avv. Valeria Falce
Valeria.Falce@unier.it
Università Europea di Roma

Dott.ssa Lucia Marzialetti
Università Europea di Roma